



Einheit 6

Digitale Fähigkeiten und
Reiseeinflussnehmer.
Fallstudie: Vasilis_Travels

Am Ende der Präsentation:

- Was ist ein Reise-Influencer?
- Sie sollten die Bedeutung von Influencer Destination Marketing verstehen.
- Wie Reise-Influencer die Technologie nutzen.
- Verstehen, wie die Technologie bei der Vermarktung der eigenen Person und der Orte helfen kann.



INHALTSVERZEICHNIS

01

EINFÜHRUNG

Digitalisierung und
Destinationsmarketing

02

DESTINATIONS

INFLUENCER UND
INNOVATION

03

PLANUNG

DIGITAL SKILLS :
Vasilis_Travels

04

SCHLUSSFOLGERUNG





EINFÜHRUNG:

Digitalisierung

- Technologien entstehen, stören und beeinflussen unser Leben.
- Die Digitalisierung gestaltet und beeinflusst Gesellschaften auf oft unvorhergesehene Weise.
- Es lohnt sich, genau darüber nachzudenken, **welche Art von Veränderungen wir erleben und wie wir kollektiv und individuell sicherstellen können, dass diese Revolution für uns und die Gesellschaft von Nutzen ist.**

(UNWTO, 2023)

EINLEITUNG:

zypern und technologische anpassung



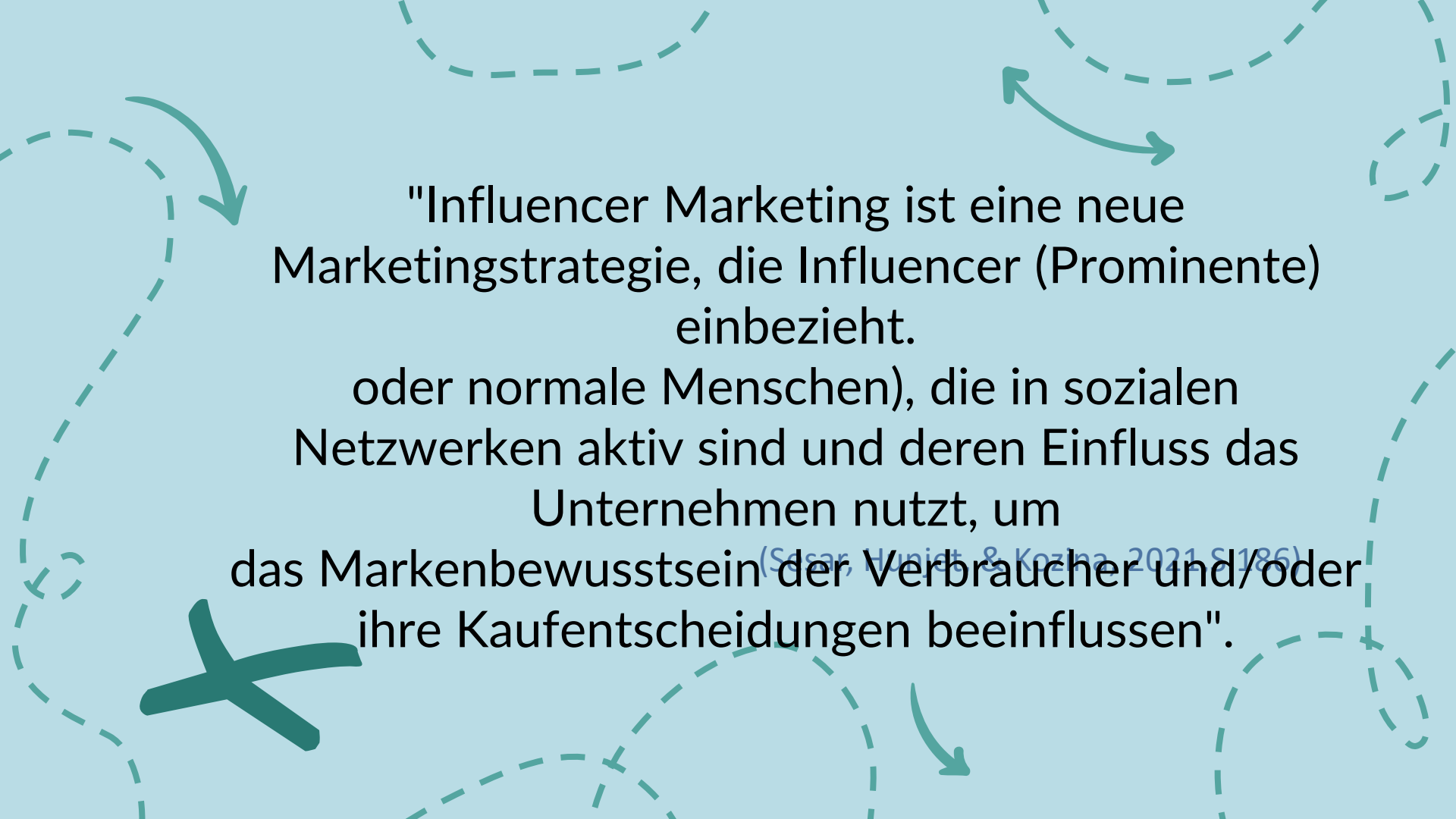
- Es findet ein ständiger Wettlauf statt, um von den steigenden Anforderungen der Digitalisierung zu profitieren und sich einen First-Mover-Vorteil zu verschaffen.

- Die stark digital geprägte Realität bietet Zypern die Möglichkeit, sich als innovationsfreundliches Reiseziel zu profilieren und **den Grundstein für die Förderung neuer Technologien und Markttrends im Zusammenhang mit dem digitalen Raum zu legen.**

(Stellvertretendes Ministerium für Tourismus - Republik Zypern, 2023)

Reise-Influencer





"Influencer Marketing ist eine neue Marketingstrategie, die Influencer (Prominente) einbezieht.

oder normale Menschen), die in sozialen Netzwerken aktiv sind und deren Einfluss das Unternehmen nutzt, um das Markenbewusstsein der Verbraucher und/oder ihre Kaufentscheidungen beeinflussen".

(Sasar, Hunjdt, & Kozma, 2021, S.186)

Warum Reise-Influencer?

Nutzer sozialer Medien im Reisebereich genießen mehr Vertrauen bei den Verbrauchern!

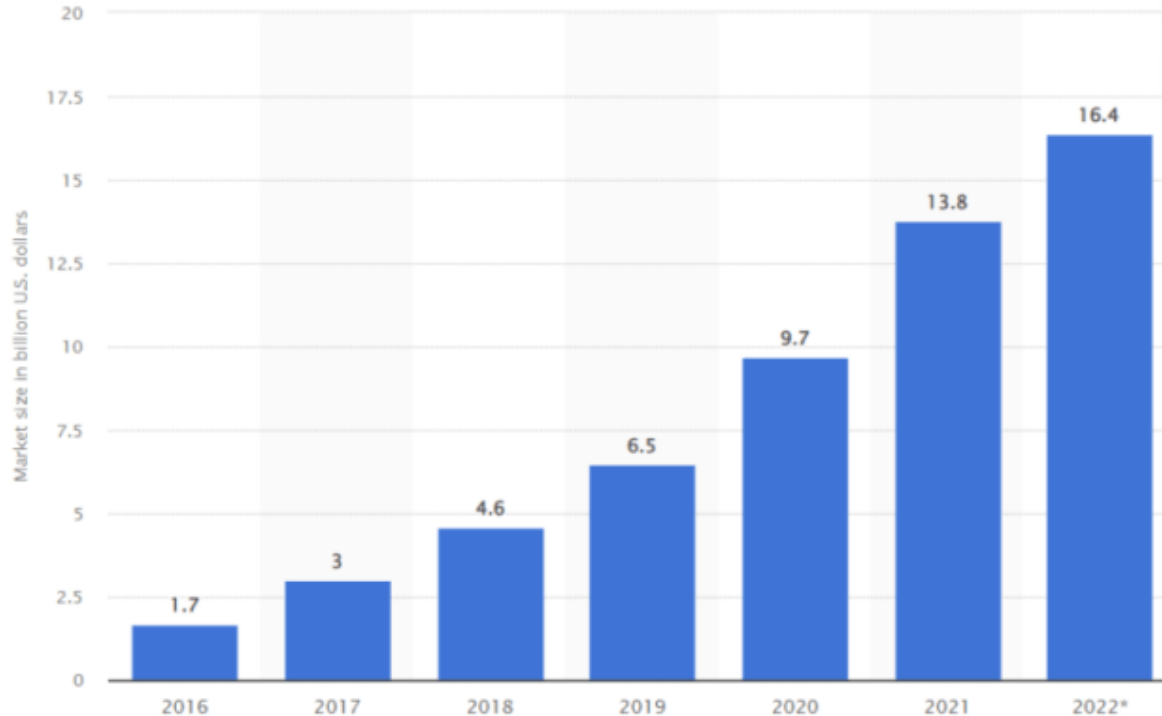
Das zeigen die Statistiken:

- 1) 74 % der Verbraucher verlassen sich auf soziale Medien während einer Kaufentscheidung (Bennett, 2014).
- 2) 92 % der Menschen vertrauen den Empfehlungen von Einzelpersonen - auch wenn sie diese nicht persönlich kennen - mehr als Marken (Nielsen's Global Trust in Advertising Survey, 2012).



Influencer Marketing

- Influencer Marketing wächst bis 2022 auf 16,4 Mrd.



Quelle: [statista.com](https://www.statista.com)

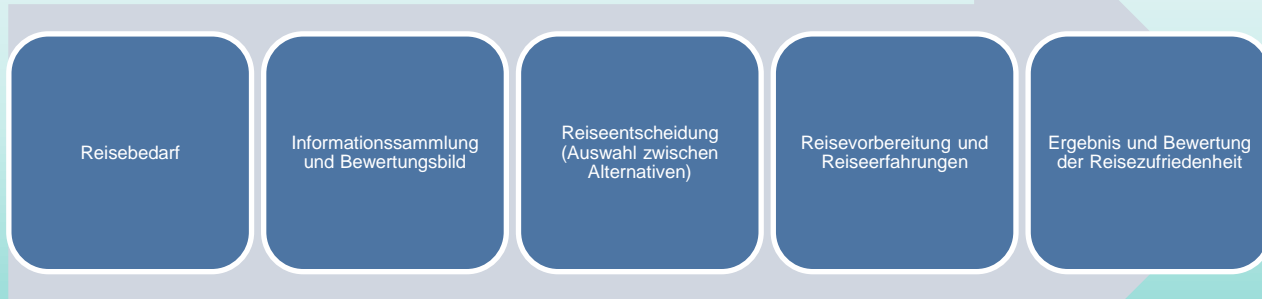
Wonach suchen Sie, bevor Sie eine Reise
antreten
ein Reiseziel?

Was ist Ihr
Denkprozess...



Entscheidungsfindung bei Reisen

- Die folgende Abbildung (Matheison und Wall, 1982) zeigt die Schritte bei der Reiseentscheidung eines Reisenden, die mit den Aktivitäten der Informationsnutzung in sozialen Medien in Verbindung gebracht werden können (McCann, 2008; Kaur, 2018).



Was Reisende wollen

Bequemlichkeit
und Flexibilität

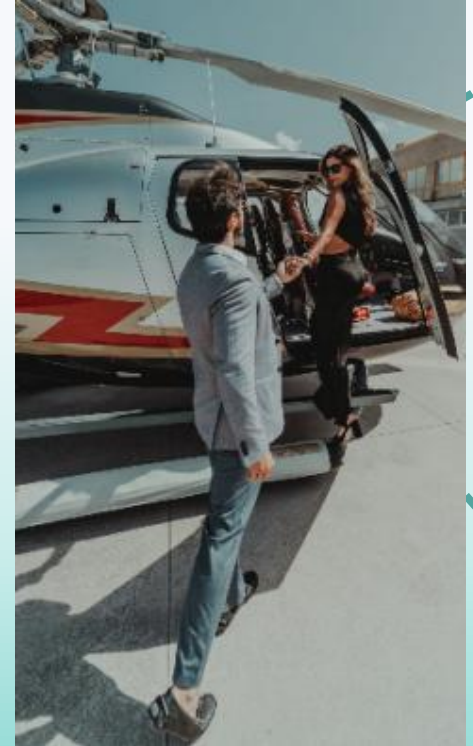
Sustainability

Sicherheit und
Komfort

Vielfalt

Deals und Rabatte

Personalisierte
Erfahrung



Travel and tourism influencers:



**RAISE BRAND AWARENESS VIA
GORGEOUS, INFORMATIVE CONTENT**



**IMPROVE BRAND PERCEPTION AND
ENGAGEMENT**



**PRODUCE REUSABLE CONTENT FOR OTHER
EFFORTS AND CHANNELS**



EFFECTIVELY PROMOTE NEW EXPERIENCES



**BUILD AUDIENCE TRUST THROUGH
AUTHENTICITY AND RELATABILITY**



**HELP CONSUMERS SEE TRAVEL AS
ATTAINABLE**



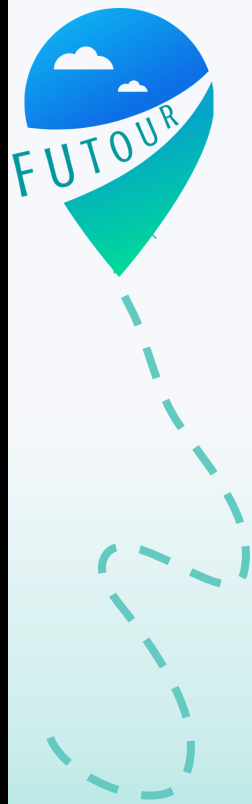
HUMANIZE CORPORATE TRAVEL BRANDS



**KEEP TOURISM BRANDS ADAPTABLE TO
TRAVEL TRENDS**



**CONVERT PLANNERS TO BOOKERS (AND
LOYAL REBOOKERS)**





Was macht ein Reise-Influencer?

- 1) **Nutzen Sie zunächst Plattformen für die Werbung, z. B.:** Gehen Sie in ein Hotel, bleiben Sie dort ein paar Tage und genießen Sie die Erfahrungen, die es bietet. Teilen Sie auf Social-Media-Plattformen mit, wie das Hotel aussieht, wie das Zimmer ist usw. usw.
- 2) **Erstellung von Inhalten exklusiv für ein Hotel/eine Marke.** Das gesamte Material verbleibt bei dem Unternehmen und wird für dessen Marketingzwecke verwendet.

Kann von zahlreichen Unternehmen in der Reisebranche angeheuert werden.

Zum Beispiel:

- **Tourismusverbände** wollen neue Touristen anlocken
- **Hotels**, die ihren Bekanntheitsgrad erhöhen und die Zahl der Buchungen steigern möchten
- **Unternehmen**, die touristische Dienstleistungen wie Autovermietungen, Reiseversicherungen usw. anbieten.
- **Marken** im Zusammenhang mit Reisen z. B. Gepäck



(Kaur, 2018)



Influencer & Destinationsmarketing!

Denken Sie darüber nach!

Wie oft haben Sie schon einen neuen Ort/eine neue Attraktion über den Social-Media-Account eines Influencers entdeckt?

- Wählen Sie zwei Reise-Influencer aus und schreiben Sie auf, was sie Ihrer Meinung nach attraktiv macht.

Von Reise-Influencern genutzte Kanäle



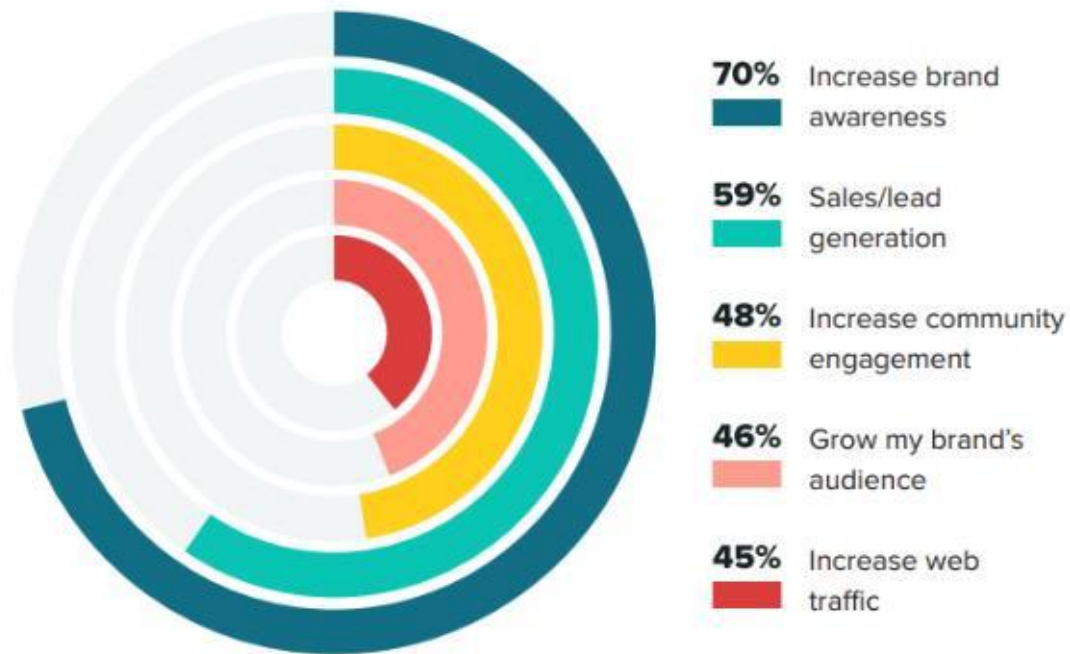
Ein Reise-Influencer wirbt für ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen, indem er elektronische Mundpropaganda (eWOM) über seine digitalen Online-Kanäle und seine Präsenz verbreitet.

Diese digitalen Kanäle und Präsenzen werden in Form von:

- Follower
- Abonnenten
- Ansichten
- organische/bezahlte Reichweite
- Domänenautorität (Vertrauensfluss usw.)
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)

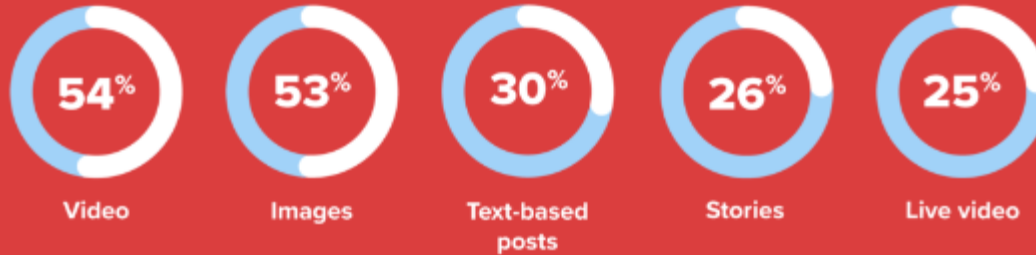


Social marketers' top goals for social



Quelle: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-channels/>

Types of content marketers say are most valuable for social goals



Quelle: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-channels/>

Reise-Mikro-Influencer-Fall : @Vasilis_Travels



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



eriums für



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Förderung des Agrotourismus



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



- Tour-Führung

Aufpassen auf die Konkurrenz!

Gastronomy - Agrotourism 7-day package

The Cyprus countryside has a diverse wealth of its own with traditional villages, vineyards and wineries, tiny fresco-painted churches, and remote forests.



KITV Tourism & Travel

Cost Includes

- 6 - night accommodation with breakfast
- 6 full day excursions to explore Cyprus - wine and gastronomy routes
- English speaking escort and licensed tour guide
- Entrance fees where applicable
- Transfers for the whole duration of stay

Not included

- Air ticket
- Personal expenses
- Insurance

Remarks

- Special prices for groups of 10 or more
- Discounted prices for children under 12 years old
- Packages may be adjusted according to guests' needs



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



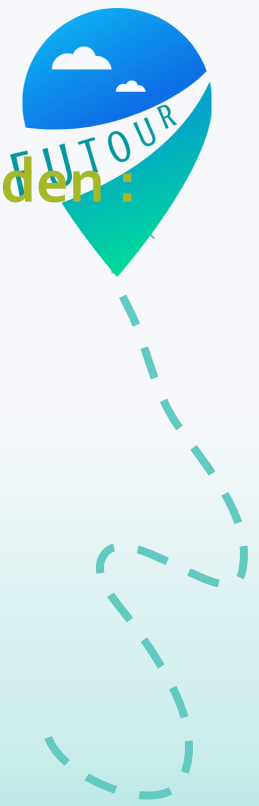
Durchführung von Veranstaltungen in

7. Oktober 2024 in Düsseldorf



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Organisation von Veranstaltungen mit lokalen Gemeinden :
Karnevalstanz und Wettbewerb

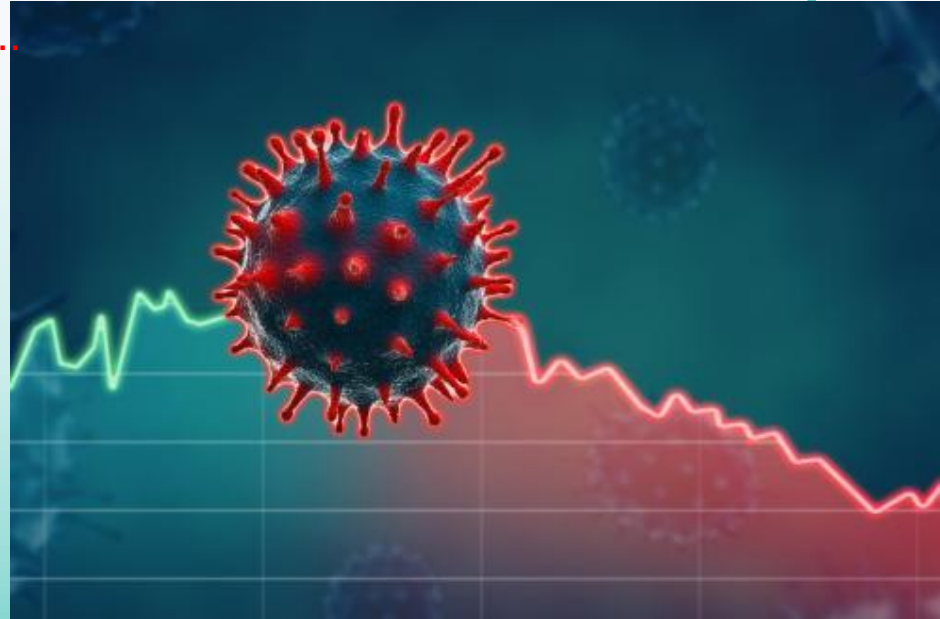




Anpassungsfähigkeit und Kreativität

- Einschätzen, was das Publikum gerne sieht ...
- Was gefällt den Leuten an den Videos?
- Wie können Sie mehr Follower gewinnen?
- Welches ist das Zielpublikum?
- Was sind die neuesten Trends?
- Was sind die beliebtesten Anwendungen?

####INHALTSERSTELLUNG####



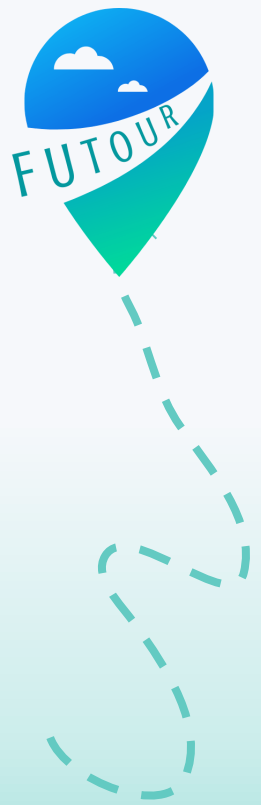


Was würden Sie als Reise-Influencer tun, um für ein Reiseziel zu werben?

Führen Sie einige Praktiken auf und definieren Sie,
was Sie unter anderen Travel Influencern
einzigartig macht....

Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Kreativität und Einzigartigkeit



Einfach Cypriot
-Wiedererkennung der
Marke



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Anpassungsfähigkeit - Go Virtual: Stellvertretendes Ministerium für Tourismus Virtuelle Ausstellung



Visit event website: www.meetingcyprus.com

We are excited to announce the upcoming **Meet in Cyprus - Virtual Expo** which will take place on the 14th & 15th of April 2021.

CIMA is proud to invite you to take part in the first ever Cyprus virtual showcase. The event is sponsored by the [Cyprus Convention Bureau](#) of the Deputy Ministry of Tourism.

Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Anpassungsfähigkeit - Go Virtual:

Stellvertretendes Ministerium für Tourismus Virtuelle Ausstellungen



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Anpassungsfähigkeit - Go Virtual: Virtuelle
Kernveranstaltungssetzung im Theater



YouTube

Search

00:17:44

Διαγωνισμός Πελλόμασκας και
έξυπνης αμφίεσης με τη συνοδεία
του DJ MadMax (Live)

Διαγωνισμός Πελλόμασκας

934 views · Streamed live on Mar 9, 2021

14 0 SHARE SAVE ...

Pattihio Theatre
657 subscribers

SUBSCRIBE



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Kollaborationen mit Marken

- Rabattcodes und Affiliate Marketing - Folgen, taggen und gewinnen!
- Arbeiten Sie mit anderen Influencern zusammen:
 - @Cypruseats
 - @Foodlogger.cy



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



Trommeln mit beliebten Liedern erstellen

Start der Auswahlverfahren

Walzen herstellen:

- https://www.instagram.com/reel/CjVPgySDGeG/?utm_source=ig_web_copy_link



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

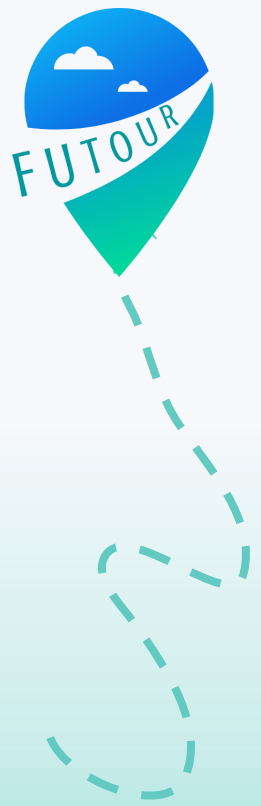


Von der Marke gesponserte Influencer-Posts

- Zusammenarbeit mit Local KEO Beer für bezahltes Sponsoring (in den sozialen Medien)



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



Von der Marke gesponserte Influencer-Posts

- Zusammenarbeit mit örtlichen ESSO-Tankstellen für bezahltes Sponsoring (in den sozialen Medien):

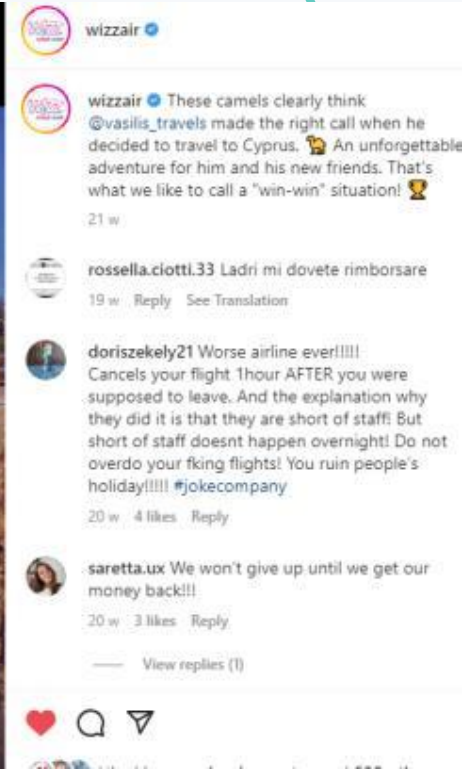


Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



Von der Marke gesponserte Influencer-Posts

- Zusammenarbeit mit Wizz Air für bezahltes Sponsoring (in den sozialen Medien):



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels



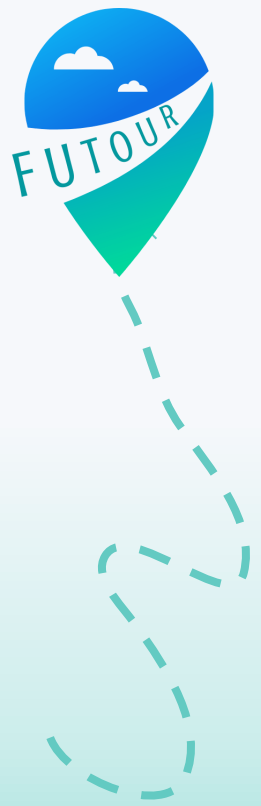
Das Ergebnis:

- Erhöhung der Sichtbarkeit von Inhalten
- Mehr Verkehr erzeugen
- Anerkennungen
- Zukunft: Führungen und Ausstellungen
- Mehr Kollaborationen



Reise Microinfluencer Fall : @Vasilis_Travels

Gewinnen Sie Zuschauer und Engagement



Schlussfolgerung

- In der Tat kann sich die Tourismusbranche den Möglichkeiten der Neuen Medien nicht verschließen, vor allem nicht unter dem Gesichtspunkt der Werbung und Förderung.
- Zu den sich entwickelnden Mustern gehören die erweiterte Nutzung von Handheld-Geräten für die Datenabfrage und die Art der Dinge, und die verstärkte Nutzung des Online-Lebens in verschiedenen Perspektiven.
- Die neuen Medien spielen derzeit eine entscheidende Rolle bei einer großen Zahl unserer täglichen Aufgaben.
- Die soziale Vernetzung hat sich auf alle Bereiche der Tourismusindustrie ausgewirkt und die Art und Weise, wie Reisen eingebunden wird, verändert.
- Social Media in der Tourismusbranche ermöglicht eine wesentlich positivere Assoziation mit den Käufern, wo echte Vorteile entstehen, sowie den Verbrauchern, da es ihnen hilft, eine richtige Entscheidung zu treffen.

Doch jede Münze hat zwei Seiten:

- Wenn soziale Medien positive Auswirkungen auf Verbraucher oder Vermarkter haben, wie z. B. Markenbekanntheit, Aufbau von Reputation, Entscheidungsfindung, Bewertung von Alternativen usw., so haben sie auch **negative Auswirkungen**, wie z. B. die ineffektive Nutzung sozialer Medien, wie z. B. die Veröffentlichung von gefälschten Bewertungen und



Referenzen

- Bennett, S. (2014). Social Media Business Statistics, Facts, Figures & Trends 2014. Adweek. Internetzugang: <http://www.adweek.com/socialtimes/social-businesstrends-2014/498129> [Zugriff am 11. April 2023].
- Stellvertretendes Ministerium für Tourismus - Republik Zypern. (2023). Startseite: Stellvertretendes Ministerium für Tourismus - Republik Zypern Abgerufen von https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home_en/home_en?openform [Zugriff am 21. April 2023].
- Expedia Group Reiseausblick (2023). Internetzugang: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/Expedia-Group-Monthly-Travel-Outlook/> [Zugriff am 6. Mai 2023].
- Kaur, H. (2018). Social Media as a travel influencer: A review of recent studies. International Journal of Academic Research & Development (IJAR&D), 4(2), 81-85.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. London: Logman.
- McKinsey und Unternehmen (2023). Internetzugang: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel> [Zugriff am 27. April 2023].
- Nielsen's Global Trust in Advertising Survey.(2012). Internetzugang: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/niensenglobal-consumers-trust-in-earned-advertisinggrows.html> [Zugriff am 29. April 2023].
- PWC SURVAY (2023) :). Internetzugang: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/five-travel-trends.html> [Zugriff am 27. April 2023].
- Sesar, V., Hunjet, A., & Kozina, G. (2021). Influencer Marketing in Reise und Tourismus: Literaturübersicht. Wirtschaftliche und soziale Entwicklung: Book of Proceedings, 182-192.
- UNWTO. (2023). DIGITALE TRANSFORMATION. Abgerufen von: <https://www.unwto.org/digital-transformation> . [Zugriff am 5. Mai 2023].



DANKE!

Haben Sie noch Fragen?



Kofinanziert von der Europäischen Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.

